

ANALISIS PENENTUAN LOKASI STRATEGIS (STUDI KASUS SHOWROOM FURNITUR DI KABUPATEN JEPARA)

Muhammad Murtiza Shidqi
murtiza25@gmail.com

Abdur Rofi
abdurrofi@yahoo.co.uk

ABSTRACT

Jepara's furniture has good market access even local and international markets. One ways to get the market is having a showroom. The purposes of the research are (1) Determining the characteristics of the showroom's owner. (2) Determining the strategic location of the placement of showroom. (3) Determining the factors that influence the strategic placement of showroom locations and (4) Determining the influence showroom location on the income level.

The method used is quantitative method. Descriptive analysis is used to analyze the characteristics of the showroom owners and showroom locations by respondents perception. Factor analysis is used to determine the most influential factor in determining the showroom locations. Correlation analysis is used to determine the relationship between the showroom locations and the income level.

The result of research shows, they are three strong factors which influence the decision of location : permit, safety, and location factor .The representative location that can be determined as a strategic showroom's location is in Tahunan subdistrict, is along the main roadway and has characteristic nearable with competitors.

Key Word : Location, Showroom Furniture, Jepara

INTISARI

Furnitur Jepara memiliki akses pasar yang sangat luas terhadap pasar lokal maupun internasional. Salah satu cara untuk merebutkan pasar adalah dengan memiliki showroom. Tujuan dari penelitian adalah untuk (1) Mengetahui karakteristik pemilik showroom. (2) Mengetahui lokasi strategis penempatan showroom. (3) Mengetahui faktor yang mempengaruhi penempatan lokasi showroom strategis dan (4) Mengetahui pengaruh lokasi showroom terhadap besarnya tingkat pendapatan.

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis karakteristik pemilik showroom dan lokasi showroom menurut persepsi responden. Analisis faktor digunakan untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh dalam penentuan lokasi showroom. Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara lokasi showroom dengan tingkat pendapatan.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga faktor kuat yang mempengaruhi penentuan lokasi yaitu faktor perizinan, keamanan, dan faktor tempat. Lokasi representatif yang bisa ditentukan sebagai lokasi showroom strategis berada di Kecamatan Tahunan, disepanjang ruas jalan raya utama dan memiliki karakteristik berdekatan dengan pesaing.

Kata Kunci : Lokasi, Showroom Furnitur, Jepara

PENDAHULUAN

Industri furnitur menjadi salah satu industri andalan pemerintah. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) dan Kementerian Kehutanan (Kemenhut) telah menyiapkan program hilirisasi untuk pengembangan kayu olahan. Industri furnitur telah lama diakui sebagai industri padat karya yang banyak menyerap tenaga kerja. Pengembangan industri furnitur diarahkan kepada industri yang menghasilkan produk bernilai ekonomi tinggi, berdaya saing global dan berwawasan lingkungan. Industri furnitur merupakan salah satu industri yang memenuhi kriteria tersebut. Industri furnitur juga merupakan industri prioritas penghasil devisa negara mengingat begitu besar sumber bahan baku alami yang dimiliki Indonesia. Daya saing furnitur Indonesia terletak pada sumberdaya bahan baku yang melimpah dan berkelanjutan, keragaman corak desain yang berciri khas lokal serta di dukung sumberdaya manusia yang melimpah. (MENPRIND RI No. 90/M-IND/PER/11/2011) Nilai ekspor produk kayu olahan periode Januari-November 2012 adalah sebesar 4,086 miliar dollar AS, meningkat 2,5 persen dari periode yang sama menjadi tahun 2011 4,187 miliar dollar AS. Negara tujuan utama ekspor untuk produk kayu olahan Indonesia antara lain Jepang, Amerika Serikat, China, Australia, Jerman, Belanda, Arab Saudi dan Inggris. Selain memiliki sumber daya alam kayu yang melimpah, potensi kreativitas dalam menciptakan produk kayu olahan yang cukup tinggi dan keragaman corak desain yang berciri khas lokal juga merupakan faktor penentu daya saing produk Indonesia. (Kompas, 2013)

Kabupaten Jepara merupakan salah satu kabupaten yang dikenal dengan sentra kerajinan ukir yang merupakan salah satu komoditi andalan Jawa Tengah. Selain untuk komoditas dalam negeri juga berorientasi pada ekspor. Sektor industri furnitur telah ditetapkan pemerintah sebagai salah satu dari 10 komoditas unggulan ekspor tanah air. Pangsa pasar furnitur di dunia di pegang oleh negara pengekspor furnitur terkemuka yaitu Italia yang menguasai pangsa pasar sebesar 14,18 %, disusul Cina 13,69 %, Jerman 8,43 %, Polandia 6,38 %, dan Kanada 5,77 %. Sedangkan pangsa pasar mebel Indonesia saat ini hanya mencapai 2,9 Industri furnitur di Jepara sendiri menjadi komoditas yang memiliki nilai ekspor paling tinggi jika dibandingkan dengan komoditi lain. (BPMPPT Kab. Jepara, 2012)

Tahun 2011 tercatat jumlah unit usaha yang bergerak dibidang furnitur sebanyak 4.022 unit, dengan tenaga kerja berjumlah 53.334 orang menghasilkan produksi sebanyak 2.808.404 buah. Pada tahun 2011 juga tercatat nilai investasi dibidang furnitur sebesar Rp. 168.969.748,- dari nilai investasi tersebut menghasilkan nilai produksi sebesar Rp. 1.263.795.246.000,-. Besarnya nilai produksi 1000 kali lipat lebih tinggi dibandingkan dengan nilai investasinya. Angka produksi yang tinggi ini akan berdampak pada semakin bertambahnya unit usaha furnitur pada tahun-tahun berikutnya. (BPMPPT Kab. Jepara, 2012)

Pada tahun 2008 tercatat jumlah unit usaha furnitur sebanyak 3.821 unit dan selanjutnya mengalami kenaikan di setiap tahunnya, terakhir tercatat pada tahun 2013 jumlah unit usaha furnitur meningkat menjadi 4.104. (Jepara dalam Angka 2009 - 2013).

| Jenis Komoditi | Jumlah Eks-portir | Nilai (Rp.000,-) |
|--|-------------------|------------------|
| Furnitur | 288 | 980.234.395 |
| Kapok | 7 | 2.148.781 |
| Barang Dari Plastik | 1 | 38.978.804 |
| Kerajinan Batu, Semen, Marmer, dll | 3 | 457.057 |
| Keramik/Terakota | 5 | 2.095.840 |
| Barang dari Logam | 1 | 33.394 |
| Kerajinan Kayu & Handycraft | 20 | 14.211.693 |
| Kayu Olahan | 17 | 14.859.159 |
| Kerajinan Dari Karet, Sandal & Alas Kaki | 1 | 365.023 |
| Kaca & Produk Dari Kaca | 6 | 343.231 |
| Produk Anyaman | 5 | 21.023.136 |
| karet | 2 | 124.929.775 |
| Perlengkapan Furnitur | 22 | 11.365.984 |
| Jenis Komoditi Lainnya | 4 | 861.395 |
| | 382 | 1.211.907.673 |

Tabel 1 : Tabel komoditi ekspor Kabupaten Jepara tahun 2011

METODE PENELITIAN

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, data sekunder dan data primer. Data primer yang diperoleh langsung dilapangan digunakan untuk membandingkan serta menguatkan analisis terhadap hasil analisis data sekunder terkait dengan lokasi showroom furnitur. Data primer yang diambil yaitu data yang mengandung informasi tentang faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi showroom dan besaran tingkat penjualan furnitur. Pengambilan sampel menggunakan metode *systematic random sampling* dengan jumlah populasi

sebanyak 1.974 unit showroom pada tahun 2012. Responden merupakan pemilik, karyawan maupun pihak lain sebagai pelaku usaha showroom yang tersebar di berbagai Kecamatan di Kabupaten Jepara.

Dalam penentuan sampel dari populasi sebanyak 1.974 unit showroom. Dilakukan penghitungan dengan menggunakan *margin of error* sebesar 8 dan tingkat ketelitian sebesar 95%, dengan demikian diketahui besar sampel yang perlu diambil sebagai data penelitian sebesar 150 unit showroom. Angka tersebut diperoleh dari perhitungan

$$\text{ukuran sampel} = \frac{z^2(p)(1-p)}{c^2}$$

Z : tingkat ketelitian 95% (1,96)

p : 0,5

c : margin of error 8 (0,08)

$$\text{sampel} = \frac{\text{ukuran sampel}}{1 + \frac{\text{ukuran sampel} - 1}{\text{populasi}}}$$

Analisis Korelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kaitan antar sejumlah gejala. Gejala – gejala yang terjadi dan saling berkaitan tersebut ada yang bisa dirasakan dan diamati kemunculannya. Namun tidak jarang beberapa gejala yang mempengaruhi gejala lain tidak bisa diamati, diukur dan dikuantitatifkan sehingga untuk mengetahui adanya hubungan tersebut perlu diuji kebenarannya melalui uji statistik.

Konsep dasar pemikiran dalam masalah ini adalah apakah tinggi rendahnya skor atau kemunculan suatu variabel akan diikuti tinggi rendahnya skor atau kemunculan variabel yang lain.

Nilai kemunculan variabel bisa bersifat positif dan negatif. Kemunculan nilai positif pada hubungan menunjukkan bahwa hubungan yang terbentuk antar variabel memiliki hubungan yang searah, kemunculan nilai negatif pada hubungan yang terbentuk antar variabel menunjukkan bahwa hubungan antar variabel yang di uji bersifat berlawanan. Variabel yang diuji dengan analisis korelasi tidak hanya mencakup dua kelompok data, melainkan dapat lebih dari dua variabel. Penggunaan analisis faktor pada pengujian sampel selain bisa menunjukkan ada tidaknya hubungan serta sifat hubungan antar variabel yang tidak bisa diamati secara langsung juga bisa digunakan untuk mengetahui tingkat kualitas korelasi antar variabel mulai dari yang bersifat sangat lemah sampai sifat sangat kuat. (Nurgiyantoro, 2012)

Rumus matematis yang dikemukakan oleh Spearman dengan nama korelasi tata jenjang Spearman seperti berikut:

$$rho = 1 - \frac{6\sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

rho : Koefisien korelasi tata jenjang Spearman yang dicari
D : Perbedaan skor antara dua kelompok pasangan
N : Jumlah kelompok
 1 dan 6 : Bilangan konstan

Analisis faktor atau analisis komponen utama mendekatkan data pada suatu pengelompokan atau pembentukan suatu variabel baru. Pengelompokan variabel baru didasarkan pada adanya keeratan hubungan antar dimensi pembentuk faktor atau adanya konfirmatori sebagai variabel atau faktor. Analisis faktor dibedakan menjadi analisis komponen utama dan analisis

faktor. Kedua analisis ini bertujuan menerangkan struktur ragam melalui kombinasi linier dari variabel – variabel pembentuknya. Sehingga faktor atau komponen baru pada analisis faktor adalah variabel bentukan, bukan variabel asli. Secara umum analisis faktor atau analisis komponen utama bertujuan untuk mereduksi data dan menginterpretasikannya sebagai suatu variabel baru yang berupa variabel bentukan. (Kohdrata, 2012).

Terdapat beberapa komponen uji didalam analisis faktor yang bertujuan untuk membentuk faktor-faktor yang dapat dipercaya. Komponen yang terdapat pada analisis faktor yaitu *KMO and Bartlett's test*, *Anti-Image Correlation Test*, *Communality*, *Total Variance Explained Test*, *Component Matrix*, *Rotated Component Matrix*, *Component Transformation Matrix*.

Teori yang mendasar dari analisis faktor yang mana model analisis faktor yang digunakan diilustrasikan dengan persamaan:

$$R_{m \times m} - U^2_{m \times m} = F_{m \times p} F'_{p \times m}$$

R_{m×m} : korelasi matriks
U²_{m×m} : matriks diagonal dari perbedaan khusus dari tiap variabel
F_{m×p} : faktor pemuat
F'_{p×m} : *eigenvalues*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil survei menunjukkan seluruh showroom mereka merupakan milik sendiri. Tidak ada responden yang memiliki showroom dengan status sewa maupun kerjasama. Bentuk kerjasama yang dibangun oleh pemilik showroom

dengan pihak lain bukan dalam bentuk status kepemilikan showroom, namun lebih kepada bentuk kerjasama investasi, kerjasama antar relasi dalam hal pemenuhan barang maupun pemasaran.

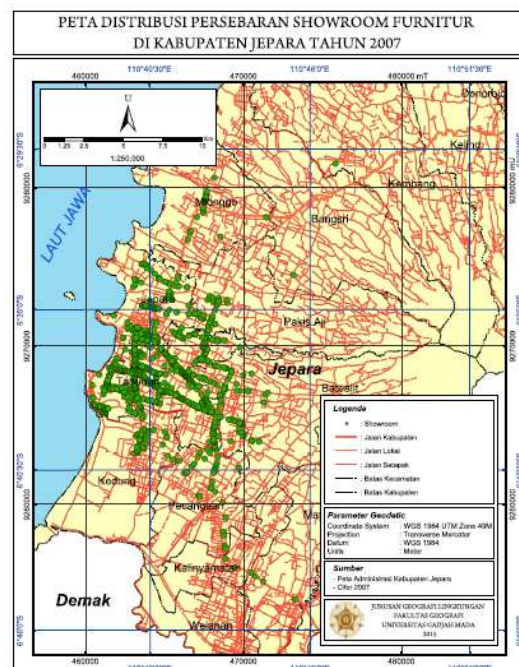
Skala industri furnitur Jepara hampir semuanya berskala industri rumah tangga sampai dengan industri sedang. Skala industri yang seperti ini membuat industri furnitur tidak memerlukan manajemen usaha yang rumit serta tidak terlalu memerlukan tenaga kerja yang banyak dalam 1 unit usaha. Tenaga kerja dalam hal ini terbagi menjadi 2 yaitu tenaga kerja yang bekerja di showroom dan tenaga kerja bagian produksi apabila showroom tersebut memiliki tempat produksi sendiri.

Pangsa pasar furnitur Jepara terbagi menjadi dua, yaitu pangsa pasar lokal dan internasional. Kedua pasar ini memiliki persentase perbandingan yang berbeda. Perbedaan besar persentase tergantung pada tujuan pasar utama yang ingin diraih oleh pelaku usaha. Data sampel yang di ambil memperlihatkan bahwa showroom di Jepara melayani konsumen baik dari Lokal maupun internasional. Meskipun demikian besar persentase menunjukkan pasar lokal lebih mendominasi dibandingkan dengan pasar internasional.

Setiap bulan bahkan setiap hari di dunia industri furnitur terjadi transaksi jual beli. Besar kecilnya transaksi jual beli bersifat relatif dan fluktuatif tergantung pada permintaan pasar. Meskipun demikian, ada waktu – waktu tertentu dimana terjadi transaksi jual beli yang lebih tinggi dibandingkan dengan waktu – waktu biasanya. Antara pasar lokal dengan pasar ekspor memiliki waktu penjualan terbanyak yang berbeda.

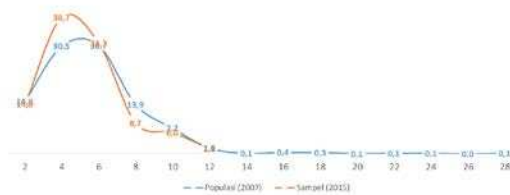
Waktu penjualan terbanyak merupakan waktu dimana jumlah permintaan mengalami peningkatan yang signifikan dari pada waktu yang lainnya.

Lokasi penempatan showroom lebih mengutamakan pada kemudahan dalam hal aksesibilitas. Seperti yang bisa dilihat pada peta persebaran populasi showroom tahun 2007 (gambar 1), showroom yang terdapat di Jepara berasosiasi dengan jalan raya. Selain kemudahan dalam hal aksesibilitas, kedekatan dengan tempat produksi serta kedekatan dengan pesaing bisa menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha untuk menentukan lokasi showroom. Tiga hal yang menjadi pertimbangan tersebut membuat showroom furnitur mengelompok disepanjang ruas jalan utama di tiga Kecamatan sentra industri furnitur. Lokasi akan kurang diminati ketika disekitar lokasi tersebut tidak ditemukan pengrajin dan pesaing.



Gambar 1 : Peta Distribusi Persebaran Populasi Showroom

Setelah dilakukan pengolahan data lebih lanjut, bisa diketahui bahwa distribusi populasi showroom terbanyak terdapat didalam radius 12 Km dari pusat kota. Dimana yang dijadikan titik pusat kota adalah komplek kantor Bupati Kabupaten Jepara. Sebanyak 98,71% dari 1548 unit populasi serta 150 unit sampel showroom tersebar didalam radius 12 Km.



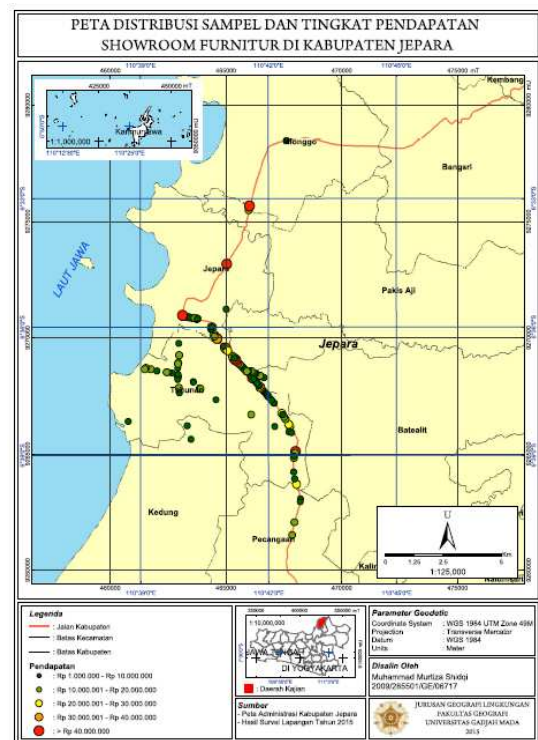
Grafik 1 : Distribusi Showroom Terhadap Pusat Kota (%)

Showroom yang terdistribusi disepanjang ruas jalan Kabupaten memiliki jumlah yang banyak, karena lokasi di sepanjang ruas jalan Kabupaten ini memiliki potensi yang menguntungkan untuk didirikan showroom. Keuntungan ini bisa dilihat dari aksesibilitasnya yang tinggi sehingga memudahkan akses untuk menjangkau lokasi. Adanya aksesibilitas yang tinggi ini memberikan pengaruh positif terhadap tingginya tingkat pendapatan yang diperoleh oleh pemilik showroom furnitur. Selain karena faktor aksesibilitas, kebanyakan showroom dilokasi ini selain menjangkau pasar lokal juga menjangkau pasar internasional.

| | | | Jarak | Omset |
|----------------|-------|-----------------|-------|-------|
| Spearman's rho | Jarak | Cor Coef | 1.000 | -.128 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | .119 |
| | | N | 150 | 150 |
| | Omset | Cor Coef | -.128 | 1.000 |
| | | Sig. (2-tailed) | .119 | . |
| | | N | 150 | 150 |

Tabel 2 : Korelasi Jarak dengan Omset

Hasil penelitian terhadap sampel yang terletak didalam radius 12 Km dari pusat kota. Menunjukkan secara garis besar kondisi jarak terhadap pusat kota memberikan pengaruh yang sangat kecil terhadap besar pendapatan showroom. Namun apabila dilihat dari gambar 2. showroom yang memiliki pendapatan tinggi merupakan showroom yang terletak disepanjang jalan utama di Kabupaten Jepara.



Gambar 2 : Peta Distribusi Sampel dan Tingkat Pendapatan

Hasil pengolahan data dengan menggunakan analisis faktor yang bertujuan untuk mengetahui faktor paling berpengaruh dalam menentukan lokasi yang direpresantasikan oleh hasil faktor rotasi sebagai wujud dari hasil akhir analisis faktor bisa dilihat pada tabel 3.

| N O | | Component | | |
|--------|--|---------------|---------------|-------------|
| | | Perji- nan | Kea- manan | Tem- pat |
| 1. | Kemudahan dalam ijin mendirikan bangunan | .909 | .020 | .014 |
| 2. | kemudahan ijin usaha | .895 | .071 | -.063 |
| 3. | Tingkat Keamanan | .020 | .887 | -.049 |
| 4. | Lokasi Representatif | -.190 | -.353 | .761 |
| 5. | Kedekatan dengan pesaing | .167 | .464 | .706 |

Tabel 3 : *Rotated Component Matrix*

KESIMPULAN

- Hasil penelitian menunjukkan karakteristik showroom Jepara sebagai berikut
 - Tahun 1991 – 2000 presentase pertumbuhan showroom terbesar dari tahun lain, yaitu sebesar 46,7%.
 - Tenaga kerja yang dimiliki oleh pemilik showroom terbagi menjadi 2, tenaga kerja dibagian showroom dan dibagian produksi
 - Pangsa pasar furnitur Jepara terbagi menjadi 2, yaitu lokal dan internasional.
 - Sebagian besar showroom memiliki konsumen yang datang langsung ke showroom untuk membeli furnitur.
 - Waktu penjualan terbanyak antara pasar lokal dengan pasar internasional memiliki faktor pengaruh yang berbeda.
 - Seluruh showroom, khususnya showroom yang menjadi sampel memiliki status kepemilikan milik sendiri.

2. Hasil penarikan kesimpulan dari presepsi responden, analisis spasial distribusi sampel dan distribusi besar pendapatan sampel maka bisa diketahui lokasi yang berpotensi untuk penempatan showroom terletak di Kecamatan Tahunan dan Kecamatan Jepara di sepanjang jalan raya utama di Kabupaten Jepara.

3. Variabel yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap penentuan lokasi showroom yaitu (1) faktor perijinan : kemudahan dalam mendirikan bangunan usaha dan variabel kemudahan dalam ijin usaha; (2) faktor keamanan : tingkat keamanan lingkungan; dan (3) faktor tempat : variabel lokasi representatif dan variabel kedekatan dengan pesaing.

4. Jarak showroom terhadap pusat kota tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap besar pendapatan yang diperoleh pelaku usaha. Perbedaan pendapatan nampak terlihat jelas antara showroom yang berada di jalan raya utama dan yang tidak terdapat di jalan raya utama..

SARAN

- Dalam proses analisis, barang yang dijual diasumsikan sebagai barang yang sejenis, sedangkan kondisi dilapangan terdapat berbagai macam jenis barang furnitur yang beraneka ragam, kondisi demikian bisa menimbulkan *range* pendapatan dari penjualan jumlah unit yang sama dengan nilai pendapatan yang jauh berbeda. Sehingga untuk kedepan perlu dilakukan pengkelasan barang untuk proses analisis.
- Hasil analisis menunjukkan lokasi yang menjadi potensi penempatan showroom merupakan daerah yang

- memiliki persebaran showroom dengan jumlah relatif banyak, sehingga tidak diketahui lokasi lain yang berpotensi untuk dijadikan alternatif penempatan showroom. Oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya perlu dilakukan analisis dan pengkelasan daerah-daerah yang berpotensi untuk menjadi penempatan showroom furnitur.
3. Lokasi showroom yang strategis berkaitan erat dengan kemudahan konsumen dalam menjangkau lokasi, hal ini tentunya akan memberikan pengaruh terhadap banyaknya konsumen yang datang ke showroom. Oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya perlu dilakukan pengukuran terhadap banyaknya kunjungan konsumen pada tiap-tiap sampel showroom.
 4. Besar pendapatan bukan menjadi tolak ukur utama sebuah showroom terletak pada lokasi yang strategis. Selain karena lokasi, besar pendapatan yang diterima oleh pelaku usaha bisa dipengaruhi oleh strategi pemasaran, kondisi pasar, banyaknya penjualan dan jenis barang yang dijual. Sehingga perlu dilakukan analisis lebih mendalam terhadap faktor – faktor yang mempengaruhi besar pendapatan.
- Anonim. 2010. *Jepara Dalam Angka*. Jepara : Badan Pusat Statistik Jepara
- Anonim. 2011. *Jepara Dalam Angka*. Jepara : Badan Pusat Statistik Jepara
- Anonim. 2012. *Jepara Dalam Angka*. Jepara : Badan Pusat Statistik Jepara
- Anonim. 2012. *Profil Investasi Kabupaten Jepara 2012 : Jepara Pilihan Tepat Untuk Berinvestasi*. BPPPT. Jepara.
- Kohdrata, Naniek. 2012. Analisis Faktor. *Bahan Ajar*. Fakultas Pertanian Universitas Udayana. Bali.
- Nurdiyantoro, Burhan dkk. 2012. Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial. UGM Press. Yogyakarta.
- PERMEN RI NO 90/M-IND/PER/11/2011 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 119/M-IND/PER/10/2009 Tentang Peta Panduan (Road Map) Pengembangan Klaster Industri Furnitur.
- Young, An Gie. Sean Pearce. 2013. *A Beginner's Guide to Factor Analysis: Focusing on Exploratory Factor Analysis*. University of Ottawa

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, Robert. 2013. *Ekspor Kayu Olahan Terus Naik*. <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/02/22/08040578/Ekspor.Kayu.Olahan.Terus.Naik>. Diakses Pada 18 Februari 2014 Pukul 12:00 WIB
- Anonim. 2008/2009. *Jepara Dalam Angka*. Jepara : Badan Pusat Statistik Jepara